

EFEKTIVITAS SOSIAL MEDIA DALAM GERAKAN SOSIAL PENOLAKAN REKLAMASI TELUK JAKARTA, INDONESIA

The Effectiveness of Social Media Usage within Social Movement to Reject the Reclamation of the Jakarta Bay, Indonesia

Khairil Anam^{1,*} Lala M Kolopaking², Rilus A Kinseng²

¹ Program Studi Sosiologi Pedesaan, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University, Bogor 16680, Indonesia

² Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia IPB University, Bogor 16680, Indonesia

^{*}E-mail: khairilanam23@gmail.com

ABSTRACT

Presidential Degree No. 95 of 1995 in the era of President Soeharto was a fundamental basis in reclamation planning. The reason for the reclamation is to develop the Pantura area as an economic area and land expansion in Jakarta. However, this policy was opposed by many groups, one of which was the Ministry of the Environment by issuing the results of the 2003 Environmental Impact Study which stated that reclamation was not feasible to be continued. In addition, the reclamation plan had the potential to harm 17,000 fishermen who lived in the Jakarta bay reclamation development area; they felt the impact socially, economically and environmentally. The purpose of this study is to analyze the effectiveness of the reclamation rejection movement in the digital age. The paradigm of this research is constructivism, with qualitative and quantitative method approaches. Data retrieval on social media was carried out in Python 3 and Drone Emprit Academic to obtain SNA results and conversation trends and the distribution of issue locations on Twitter. This research was conducted in the Kaliadem and Kalibaru Fishermen Village, North Jakarta, involving 50 respondents and 5 informants. The result showed that social media has an effective role in encouraging the sensitivity of public attitudes in the movement. This is evidenced by the expansion of the message to reject reclamation in various regions, and it can encourage policy changes.

Keywords: digital activism, fisherfolkfisher folk movement, reclamation, social media, social movement

ABSTRAK

Keppres No 95 Tahun 1995 di era Presiden Soeharto merupakan basis yang fundamental dalam perencanaan reklamasi. Alasan reklamasi untuk pengembangan kawasan Pantura sebagai kawasan ekonomi dan perluasan lahan di Jakarta. Namun, kebijakan tersebut ditentang oleh banyak kalangan, salah satunya adalah Kementerian Lingkungan Hidup dengan mengeluarkan hasil Analisis Studi Dampak Lingkungan tahun 2003 yang menyatakan reklamasi tidak laik untuk diteruskan. Selain itu, rencana reklamasi berpotensi merugikan 17000 nelayan yang tinggal di area pembangunan reklamasi teluk Jakarta, mereka merasakan dampak secara sosial, ekonomi dan lingkungan. Tujuan dari penelitian ini menganalisa efektivitas gerakan penolakan reklamasi di era digital. Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme, dengan pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif. Pengambilan data di media social dilakukan dengan Python 3 dan *Drone Emprit Academic* untuk mendapatkan hasil SNA, tren percakapan serta sebaran lokasi isu di Twitter. Penelitian ini dilakukan di Kampung Nelayan Kaliadem dan Kalibaru, Jakarta Utara dengan melibatkan 50 responden dan 5 informan. Hasilnya, media sosial berperan efektif dalam mendorong kepekaan sikap publik dalam gerakan, hal ini dibuktikan dengan perluasan pesan penolakan reklamasi terjadi di berbagai daerah dan dapat mendorong perubahan kebijakan.

Kata kunci: aktivisme digital, gerakan nelayan, reklamasi, sosial media, gerakan sosial



Content from this work may be used under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI.

Published under Department of Communication and Community Development Science, IPB University
ISSN 2302-7517 | EISSN 2302-7525

PENDAHULUAN

Hubungan antara negara, pasar, dan masyarakat seringkali menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak yang lain. Seperti yang dikemukakan Sakaria et al. (2014) bahwa kehadiran negara dapat menguatkan (rekapitalisasi) kapital sosial masyarakat, namun usaha ini justru menggerus kapital sosial masyarakat (dekapitalisasi). Salah satu contohnya adalah kebijakan reklamasi, suatu contoh pengelolaan sumber daya alam yang berpotensi mengharmoniskan hubungan negara dan pasar, namun seringkali mengabaikan masyarakat pesisir (Mahdi 2013). Studi Kinseng et al. (2019) memperlihatkan bagaimana kegiatan perusahaan penambangan emas Tumpang Pitu di Banyuwangi menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan dan menurunnya jumlah tangkapan ikan nelayan kecil. Begitu pula yang terjadi di Jakarta, nelayan termarginalkan secara sosial demi pelaksanaan reklamasi yang diperkirakan merugikan 17.000 nelayan (Warsilah et al. 2017).

Alasan rencana reklamasi beberapa diantaranya adalah: (1) untuk menambah ruang pembangunan Jakarta dan mencegah pengikisan daratan Jakarta oleh air laut; (2) menata kembali kawasan Pantai Utara Jawa (Pantura) dengan cara membangun kawasan pantai; menjadikan Jakarta sebagai kota pantai (*waterfront city*); (4) dan dianggap dapat menjadi ruang bagi pertumbuhan ekonomi baru di Jakarta Utara yang berpotensi membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sehingga mengurangi angka pengangguran. Studi Alikodra (1996) memaparkan bagaimana dampak reklamasi menyebabkan punahnya ekosistem laut. Suryadewi et al. (1998) melihat dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari reklamasi yang memaparkan bahwa berbagai ekosistem laut akan kehilangan habitatnya dan merusak tatanan kehidupan bagi sebagian rakyat Jakarta. Koropitan (2019) menganggap bahwa pembangunan 17 pulau reklamasi menambah parah pencemaran teluk serta menambah laju sedimentasi yang menyebabkan terjadinya banjir karena ada penyumbatan di muara. Dari sisi ekologis, proses pengurugan di lokasi reklamasi akan mengubah kekeruhan air sehingga penetrasi cahaya fotosintetis yang dilakukan flioplankton akan menurun. Dari segi perubahan iklim dan kelautan, dampak reklamasi diperkirakan akan meningkatkan perbedaan tekanan udara antara daratan dan lautan (FGB-ITB 2016). Dari sisi ekonomi, estimasi total kerugian secara keseluruhan yang dirasakan oleh nelayan akibat aktivitas reklamasi adalah sekitar Rp. 207.153.292.610/tahun (Ramadhan et al. 2016) Kerugian ini meliputi kerugian pembudidayaan tambak dan kerugian pembudidayaan kerang hijau. Sampono et al. (2012) juga menyebutkan kegiatan perikanan yang terdampak langsung dari kegiatan reklamasi adalah perikanan payang, dogol, bubu dan gillnet, serta budidaya kerang hijau. Luas daerah penangkapan dan budidaya kerang hijau (*Perna viridis*) yang terdampak langsung dari kegiatan reklamasi sampai mencapai 1.527,34 ha. Selanjutnya, dampak sosial akibat reklamasi, adanya ancaman perubahan resiliensi nelayan yang sudah mapan menjadi rentan. Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa selama reklamasi, komunitas nelayan Kamal Muara memutuskan untuk mogok melaut sehingga membuat nelayan kecil harus berhutang dan menjual harta yang dimiliki demi memenuhi kehidupannya sehari-hari (Anugrahini 2018).

Berbagai macam kerugian yang dialami oleh nelayan ini dirasakan pula oleh para aktivis dan akademisi. Para aktivis dan akademisi bersatu dengan nelayan dalam melakukan tindakan kolektif demi menolak reklamasi teluk Jakarta (Klandermans 2009). Nelayan dan aktivis menganggap kehadiran reklamasi telah merenggut sebagian hak mendasar nelayan dalam mencari nafkah. Johnston (2014) mendefinisikan gerakan sosial adalah kelompok atau organisasi yang membentuk tindakan kolektif serta kumpulan ide/narasi yang memandu tindakan protes. Lebih lanjut, gerakan sosial dibagi dalam tiga dimensi, yaitu (1) struktur gerakan yang terkait dengan aktor organisasi atau individu, dan jaringan; (2) ideasional gerakan meliputi ideologi gerakan, *value* dalam gerakan, proses *framing* dan emosi, dan (3) repertoar gerakan meliputi pertunjukan dalam gerakan, strategi dan jaringan repertoar.

Tindakan kolektif nelayan dengan aktivis dilakukan dengan menggunakan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Penggunaan TIK mendorong adanya perubahan cara berkomunikasi, berkolaborasi, dan berdemonstrasi yang dilihat sebagai bentuk aktualisasi dari gerakan sosial itu sendiri. Hasil penelitian Garrett (2006) mengemukakan bahwa penggunaan media sosial dapat membantu aktivis untuk menekan biaya operasional dalam berkomunikasi dengan aktivis lainnya dan memungkinkan berkoordinasi secara luas dengan setiap aktor yang terlibat. Harlow (2012) dalam studinya menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial dapat mempengaruhi tindakan kolektif secara *offline* dengan melakukan aksi demonstrasi secara massif. Lim (2012) juga membuktikan bahwa media sosial berfungsi untuk menengahi hubungan antara kelompok-kelompok yang sebelumnya terputus, menyebarkan keluhan bersama di luar komunitas-komunitas, menyelaraskan pendekatan, serta menjadi daya tarik gerakan domestik untuk perubahan demokratis. Lebih lanjut, Youmans and York (2012) membuat kesimpulan dalam penelitiannya bahwa aktivis dapat mengembangkan *platform* media sosial tersendiri seperti Wikipedia yang berfungsi sebagai media kontestasi politik. Studi oleh Kade Galuh (2016) menunjukkan bahwa media sosial mampu mendorong representasi demokratis karena berhasil mendorong isu publik menjadi agenda politik. Berdasarkan penjelasan di atas, tulisan ini bermaksud mengeksplor efektivitas perlawanan nelayan yang dilakukan melalui media (*digital activisme*) dalam menolak reklamasi teluk Jakarta.

METODE

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang didukung oleh data kuantitatif. Teknik pengambilan data kualitatif dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan, wawancara mendalam, dan *FGD (Focus Group Discussion)*, sedangkan untuk pengambilan data kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik penentuan responden dilakukan dengan *non-probability sampling* menggunakan metode *stratified-accidental sampling*, yaitu mengambil “siapa saja” nelayan yang bisa ditemui untuk diwawancara dari setiap kelas sosial (Eriyanto 2007). Total responden adalah 55 orang dan 5 diantaranya diambil sebagai informan (Tabel 1). Lokasi penelitian dilakukan di Kampung Nelayan Kaliadem dan Kalibaru, Jakarta Utara dengan durasi penelitian selama tahun 2018-2019.

Tabel 1. Informan Nelayan

1	Nama	Peran	Pekerjaan
1.	Bapak DS	Ketua FKN	Pemilik Kapal Kecil
2	Bapak KL	Anggota KNT	Pemilik kapal Kecil
3	Bapak NS	Ketua PNTI	Pemilik dan Pengusaha kapal kecil
4	Bapak MT	Anggota KNTI	Pemilik kapal kecil
5	Bapak IC	Ketua KNT	Pemilik kapal kecil

Ada dua cara dalam pengambilan data percakapan di media sosial, pertama, menggunakan bantuan *python 3* yang dilakukan secara manual. Proses (*crawling*) dilakukan dengan terlebih dahulu mendaftarkan API Twitter dengan *keyword* “reklamasi” dan “nelayan” dalam rentang waktu percakapan dari tahun 2017-2019. Hasilnya ada sekitar 2.600.000 percakapan yang mengandung dua *keyword* tersebut untuk studi ini. Setelah data terkumpul pada *database* kemudian diolah dengan bantuan PHP. Visualisasi data kemudian dilakukan untuk menyajikan

grafik *trend* isu dan *Social Network Analysis* (SNA). Untuk pemetaan SNA Twitter dan penyebaran isu, penulis menggunakan *platform* big data bernama *Drone Emprit Academic*. *Drone Emprit Academic* adalah sebuah sistem *big data* yang menangkap dan menganalisis percakapan di sosial media khususnya di Twitter. Sistem ini dikembangkan oleh PT Media Kernels Indonesia dan dipasang di *data center* Badan Sistem Informasi (BSI) Universitas Islam Indonesia. Drone Emprit menggunakan layanan API (*Applications Programming Interface*) dari Twitter untuk menangkap percakapan secara semi realtime melalui metode streaming.

Lupton (2014) menerangkan keterbatasan data di media sosial yang tersedia secara bebas menggunakan *platform* API hanya mewakili sebagian kecil dari semua data yang dikumpulkan dan disimpan oleh *platform*, yang menimbulkan pertanyaan tentang keterwakilan data yang dapat dianalisis. Hal ini menimbulkan kritik dari banyak peneliti karena tidak merepresentasikan kondisi sosial masyarakat sesungguhnya mengingat pengguna *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram* digunakan oleh hanya kalangan dan kelas tertentu. Dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi pengambilan data dari tahun 2017-2019 dari satu *platform* media, yaitu *Twitter* dan media sosial lain, seperti *Instagram* dan *Facebook*, hanya diambil sebagai sampel perbandingan, mengingat API tidak memberikan akses secara cuma-cuma untuk mengambil data terdahulu (*historical data*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nelayan Teluk Jakarta Menolak Reklamasi

Reklamasi teluk Jakarta telah dimulai dari era Soeharto atas usulan gubernur Jakarta saat itu, Wiyogo Atmodarminto. Usulan tersebut direspon positif oleh Presiden Soeharto dengan dikeluarkannya Keppres No. 52 tahun 1995 mengenai reklamasi teluk Jakarta. Keputusan reklamasi pernah ditentang oleh Kementrian Lingkungan Hidup (KLH) No 14 tahun 2003 tentang ketidaklayakan Rencana Kegiatan Reklamasi dan Revitalisasi Kawasan Pantura, dimana keputusan ini merujuk pada hasil penelitian studi analisis dampak dan lingkungan (amdal) yang mengatakan bahwa salah satu dampak dari reklamasi adalah kerusakan ekosistem lingkungan.

Salah satu alasan penolakan nelayan terhadap reklamasi adalah terhambatnya akses nelayan untuk melaut. Berikut penuturan Bapak BS (46) mengenai hambatan akses nelayan ketika reklamasi dilakukan.

“Ya itu disini mas di area pulau reklamasi ini, nah makanya gara-gara reklamasi ini penghasilan saya jadi sedikit malah jarang udah melaut. Maknaya kita mau minta kerugian dari pengembang, bentuk kerugiannya apa saja karena jarak melautnya sudah jauh yah kita minta tuh ke pengembang kapal yang gede gitu supaya lebih jauh lagi kami melautnya.

Lebih lanjut Bapak BS juga merasa kehadiran reklamasi membuat ongkos biaya melaut nelayan semakin membengkak dan tidak sebanding dengan pendapatan yang diterima.

“Ongkosnya yang biasanya 20 ribu ditambahin jadi 60 ribu yaah 40 ribunya yah dari pengembang gitu ditambahin. Gitu aja. Tapi nyata-nyata dia ngga mau mengakui adanya kerugian yang daialami nelayan, katanya teriak-teriak tapi yaah gitu aja” BS

Keputusan reklamasi juga tidak diikuti dengan sosialisasi terlebih dahulu kepada nelayan. Sosialisasi program semestinya dilakukan secara inklusif. Masyarakat, utamanya nelayan, seharusnya dilihat sebagai aktor utama untuk terlibat dalam proses perancangan pembangunan wilayah., namun pelaksana reklamasi ternyata tidak berpihak pada masyarakat. Hal ini, mengakibatkan kerugian masyarakat dalam mendapatkan sumber penghasilan yang mengandaakan potensi bahari, seperti yang dikeluhkan oleh NS sebagai pemilik kapal di Kalibaru.

“..Dulu, sebelum reklamasi yah, saya punya 11 kapal, sekarang cuman tinggal 2 kapal untuk laut dan 2 kapal lagi untuk wisata di Ancol. Kapal saya banyak yang rusak, karena banyak penggolongnya (juru mudi) yang beralih profesi dari nelayan menjadi tukang bangunan, tukang ojek, dan pekerjaan serabutan lainnya, soalnya jadi nelayan udah ngga lagi mencukupi, ikan dikit penghasilan terus turun gitu yah...”

Tabel 2. Prsepsi Nelayan terhadap Reklamasi

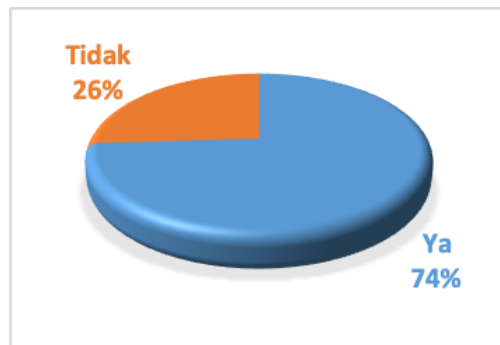
Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
Persetujuan terhadap program reklamasi yang dilakukan oleh pemerintah	16.0	50.0	8.0	24.0	2.0
Program reklamasi berdampak terhadap kerusakan lingkungan.	-	10.0	6.0	48.0	36.0
Semenjak reklamasi dilaksanakan, daerah tempat tinggal kami sering terjadi banjir	42.0	2.0	26.0	30.0	42.0
Program reklamasi mengurangi pendapatan nelayan	-	2.0	-	56.0	42.0
Program reklamasi meningkatkan biaya melaut/"ramsum"	-	4.0	4.0	46.0	46.0
Jumlah ikan dilaut semakin berkurang atau sulit mencari ikan.	-	2.0	-	52.0	46.0

Sumber: Data Primer diolah

Reaksi penolakan terhadap pembangunan reklamasi bukan tanpa sebab, jika dilihat dari data Tabel 2, terlihat bahwa sebagian besar responden tidak setuju (66,0 persen) terhadap program reklamasi yang dilakukan di Teluk Jakarta. Respon ini sejalan dengan pendapat responden mengenai dampak yang ditimbulkan dari reklamasi yaitu menyebabkan kerusakan lingkungan (84,0 persen), daerah nelayan rentan terhadap banjir (72,0 persen), mengurangi pendapatan nelayan (98,0 persen), meningkatkan biaya melaut (92,0 persen), dan menurunkannya jumlah ikan di laut (98,0 persen).

Pengkubuan Aktor Gerakan Penolakan Reklamasi

Penolakan nelayan terhadap rencana reklamasi memicu terjadinya gerakan sosial yang dilakukan oleh nelayan. Dari hasil turun lapang, Gambar 1 menjelaskan presentase keterlibatan nelayan kecil dalam gerakan penolakan reklamasi teluk Jakarta. Sebesar 74% responden memilih untuk ikut dalam aksi gerakan penolakan reklamasi teluk Jakarta yang dilatarbelakangi oleh keinginan sendiri bukan karena paksaan atau ada iming-iming imbalan. Sisanya, 26% nelayan menyatakan tidak ikut dalam penolakan reklamasi. Dari hasil tersebut, peran organisasi menjadi penting dalam memobilisasi keluhan kolektif nelayan sehingga mendorong perluasan partisipasi dan variasi dalam gerakan.

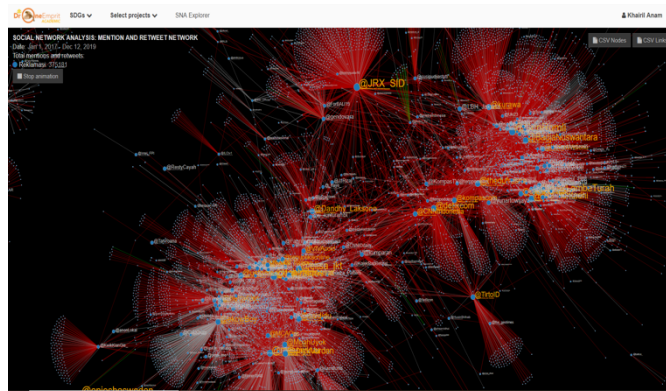


Gambar 1. Presentase Keikutsertaan Nelayan dalam Gerakan Penolakan Reklamasi

Polarisasi partisipan muncul dalam gerakan penolakan reklamasi teluk Jakarta. McAdam dan Snow (2010) mengklasifikasikan polarisasi aktor dalam gerakan terbagi menjadi tiga, yakni protagonis, antagonis, dan *bystander*. Pratagonis merupakan aktor yang representatif dalam gerakan, antagonis merupakan bagian dari kelompok yang menentang terjadinya gerakan (seperti target gerakan, pemerintah, perusahaan), dan *bystander* merupakan anggota masyarakat atau kelompok masyarakat yang memilih tidak ikut dalam gerakan dan tidak berpengaruh terhadap proses gerakan yang sedang berlangsung.

Aktor protagonis dalam gerakan penolakan reklamasi dapat dibedakan menjadi dua *cluster* besar, yaitu organisasi non pemerintah skala nasional (ornop N) yang dimotori oleh KSTJ (Koalisi Selamatkan Teluk Jakarta) dan merupakan gabungan dari organisasi berbasis nasional seperti Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), Lembaga Bantuan Hukum (LBH Jakarta), Koalisi Nelayan Tradisional Indonesia (KNTI), Solidaritas Perempuan (SP), dan Koalisi Rakyat Untuk Keadilan Perikanan (KIAR). Selanjutnya, ditingkat lokal (ornop L) membentuk koalisi tersendiri yang disebut dengan AKAR (Aliansi Korban Reklamasi) yang merupakan gabungan dari organisasi dan paguyuban nelayan seperti Forum Komunikasi Nelayan (FKN), AMPUN Jakarta, Serikat Nelayan Tradisional (SNT), dan Koalisi Nelayan Tradisional (KNT).

Aktor antagonis merupakan representasi dari Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah dan perusahaan seperti PT KNI (Kapuk Naga Indah), PT THI (Taman Harapan Indah), PT MKY (Mandala Krida Yudha), dan PT MWS (Muara Wisesa Samudera). Peran Pemerintah Pusat dalam hal ini Kementrian Kelautan dan Perikanan dalam Perpres 122/2012 berperan sebagai pemberi izin lokasi reklamasi sepanjang yang terkait dengan kawasan KSNT (Kawasan Strategis Nasional Tertentu). Pemerintah Daerah adalah penanggungjawab dan pengelola reklamasi berdasarkan Keppres No. 52/1998. Pemerintah Daerah menggandeng pengembang (swasta) sebagai pihak pelaksana reklamasi. Sutapa (2002) menilai implementasi kebijakan reklamasi dianggap tidak efektif, karena proses perumusan kebijakan reklamasi yang melibatkan banyak lembaga sangat rawan akan kepentingan dan dalam pelaksanaannya kebijakan masih terdapat tumpang tindih mekanisme perizinan antara Pemda DKI dengan Pemerintah Pusat. Tumpang tindih ini yang menimbulkan kesan “persaingan” di internal Pemerintah. Aktor *bystander* adalah publik (masyarakat nelayan dan umum) yang tidak terlibat secara langsung dalam gerakan dan tidak mempengaruhi tingkat gerakan.



Gambar 2. Pemetaan SNA (*Social Network Analysis*)

Dalam konteks gerakan virtual, pengkubuan aktor gerakan juga terjadi. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 2. Pemetaan SNA (*social network analysis*) memperlihatkan ada tiga *cluster* besar dan saling kontradiktif dalam membicarakan reklamasi. Ketiga *cluster* besar tersebut merupakan keseluruhan akun yang saling terhubung satu sama lain. *Cluster* pertama merupakan *cluster* protagonis yang merupakan sekumpulan jaringan yang dimotori oleh akun-akun seperti @fahiraaidris dan @elisa_jkt. Akun tersebut merupakan representasi akun yang pro terhadap penghentian reklamasi Teluk Jakarta. *Cluster* kedua merupakan *cluster* antagonis yang dimotori oleh akun-akun seperti @GunRomli dan @makLambeTurah yang menolak reklamasi dihentikan, dengan alasan bahwa 15% NJOP (Nilai Jual Objek Pajak) dari bangunan yang berdiri di atas daratan reklamasi. Terakhir, *cluster* ketiga merupakan *cluster bystander* yang dimotori oleh @JRX_SD sebagai representasi akun yang menolak reklamasi Teluk Benoa. Jika dilihat dari ukuran jaringan yang ada dalam gambar di atas, *cluster* ketiga ini tidak berhubungan secara langsung dengan perdebatan mengenai penolakan reklamasi Teluk Jakarta. Artinya *cluster bystander* ini tidak memiliki pengaruh yang cukup kuat dan tidak berimplikasi pada gerakan nelayan menolak reklamasi Teluk Jakarta.

Pertanyaan selanjutnya, dimanakah posisi aktivis KSTJ dan AKAR dalam perdebatan reklamasi di media sosial? Aktivis KSTJ secara individu (@elisa maupun kelompok (@KNTI dan @Walhi) beririsan langsung dengan *cluster* protagonis yang didominasi oleh akun-akun partisipan politik pilkada DKI Jakarta. Hal ini dikarenakan adanya kesamaan sikap dalam penolakan reklamasi Teluk Jakarta, namun mereka tidak terlibat menjadi bagian dalam kepentingan politik regional. Mereka memposisikan diri sebagai partner kritis terhadap semua kebijakan yang berpotensi melanjutkan kegiatan reklamasi. Adapun aktor nelayan tidak dapat diidentifikasi dalam perdebatan reklamasi di Twitter. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil turun lapang yang mengatakan bahwa informasi mengenai kegiatan demonstrasi biasanya didapatkan melalui komunikasi tatap muka (90.0 persen) dan melalui telepon (10.0 persen). Komunikasi tatap muka biasanya dilakukan oleh tokoh nelayan masing-masing wilayah kepada anggotanya saat para nelayan berkumpul, seperti Sekretariat Organisasi, Saung Nelayan, Kapal, Tempat Pembongkaran Muatan Ikan, Posko-posko organisasi lokal, dan Babagan Nelayan.

Eskalasi Isu dan Implikasi terhadap Repertoar Gerakan

Strategi dalam gerakan digambarkan oleh Johnston (2014) sebagai *big pictures of struggle* atau gambaran besar dalam perjuangan yang akan menentukan rencana jangka panjang dari sebuah gerakan. Tanpa strategi, gerakan perjuangan yang dilakukan akan sia-sia tanpa hasil yang jelas dan terukur. Dalam penyusunan strategi, situasi eksternal yang akan mempengaruhi rencana gerakan harus dipertimbangkan, seperti pertimbangan politik, peluang, sekutu dan ancaman yang akan diterima. Dalam gerakan modern, kolaborasi adalah kunci keberhasilan gerakan dimana antar aktor

saling dengan adanya kesamaan tujuan yang jelas. Dalam beberapa kesempatan, aksi yang dilakukan oleh nelayan sangat beragam seperti audiensi, demonstrasi, konsolidasi, dan petisi.

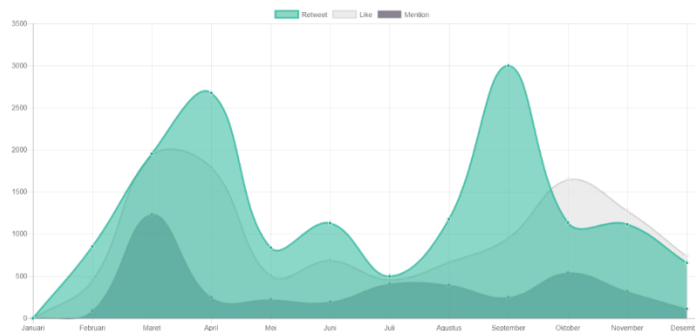
Dalam konteks gerakan sosial virtual, gerakan sosial ditentukan dari tingginya volume percakapan suatu topik yang disertakan dengan *hashtag*, *mention*, dan *like*, yang mendorong reaksi dari *akun* lainnya untuk ikut serta dalam percakapan dan membangkitkan kesadaran (Tan et al. 2013). Pada bagian ini, peneliti melihat bagaimana percakapan di *Twitter* yang disajikan dalam bentuk grafik periode sentimen percakapan selama 2017-2018 dan kemudian dianalisa secara konteks sosial untuk melihat korelasi antara gerakan virtual terhadap bentuk gerakan.

Pada awal tahun 2017, tren perbincangan mengenai reklamasi masih sangat sedikit. Isu reklamasi menanjak dipertengahan bulan Februari-April 2017 saat berlangsungnya debat akhir publik bagi para paslon kontestan Pilkada DKI Jakarta. Para paslon memiliki pandangan yang berbeda-beda mengenai reklamasi: ada yang tegas melanjutkan reklamasi dengan catatan 15% dari nilai NJOP diperuntukkan untuk pembangunan DKI Jakarta dan yang lainnya menolak pembangunan reklamasi dengan alasan agar dimanfaatkan untuk publik. Sudah menjadi rahasia umum, masing-masing kontestan pilkada secara aktif memainkan media sosial sebagai alat dalam mengkampanyekan visi-misi masing-masing terutama berkenaan dengan isu reklamasi. Sehingga, sebaran cuitan yang mengandung konten “reklamasi” tidak terbatas oleh aktivis baik yang berasal dari organisasi formal atau nonformal, melainkan oleh tim sukses masing-masing kontestan pilkada DKI Jakarta.

@lutfiah_talita : Jelas kita percaya dengan Anies Sandi yang berani tolak Reklamasi
#Pilih3TolakReklamasipic.twitter.com/aHg7B9ZIJ4/lutfiah_talita/status/
829173569091465216

@DaveJuven : Aktivis2 ini teriak2 soal reklamasi p pengembalian ruang hijau mereka
jg protes. Kalian tuh aktivis lingkungan ato aktivis paslon?
/DaveJuven/status/829539972386476033

@anfikrip : Gue gak ngerti sih ttg reklamasi , tapi kalo baca2 di Google kayanya
Jakarta perlu reklamasi . /anfikrip/status/829545408686796800



Gambar 3. Tren Percakapan Reklamasi tahun 2017

Tabel 4. Isu Reklamasi dan Implikasi terhadap Repertoar Gerakan tahun 2017

Isu Reklamasi	Bulan	Respon User	Repertoar
<ul style="list-style-type: none"> KSTJ menang gugatan pembatalan Pulau F, I dan K 	Februari-April	<p>[Twitter] @sambbbas nelayan mana dulu woi. Gak semua nelayan gugat ke ptun, karna gak semuanya ngrasa dirugiin karna reklamasi . Objektif aja</p>	Nelayan aksi simbolis (sujud syukur atas diterimanya gugatan pembatalan reklamasi pulau F, dan K)
<ul style="list-style-type: none"> Pemerintah Pusat (KemnkoMaritim) dan DKI Jakarta kembali meneruskan pembangunan pulau reklamasi C, D dan G. 	Juni	<p>[Twitter] Reklamasi Lanjut, Luhut Jamin Pipa Pertamina Aman http://m.offshoreindonesia.com/welcome/read/2017/10/10/10918/43/43/R eklamasi-Lanjut-Luhut-Jamin-Pipa-Pertamina-Aman ... lewat @kemaritiman</p>	Perwakilan KSTJ TH melaporkan terkait pencabutan moratorium Lanjutan ¹
<ul style="list-style-type: none"> Menko Kemaritiman mengeluarkan Surat Menko Maritim Nomor S-78-001/02/Menko/Maritim/X/2017 pada 5 Oktober 2017 tentang pencabutan penghentian sementara (moratorium).² 	Oktober	<p>Pak @Jokowi sudah baca Main Tabrak Aturan Reklamasi dari Majalah Tempo belum?</p> <p>Tolong RT yg banyak ya tweeps, biar Pak Jokowi baca.</p> <p>pic.twitter.com/FoV8C0EfHX</p>	<p>Aksi (AKAR) melakukan aksi demonstrasi di Balaikota menuntut tolak reklamasi dan penolakan terhadap pencabutan moratorium</p> <p>AKAR mendaftarkan gugatan ke PN Jaksel yang ditunjukkan ke PT KNI dan Sekda DKI Jakarta atas tuduhan melawan hukum.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Langkah awal di kepemimpinan AB menanggapi isu reklamasi dengan mencabut Raperda RZPW3K dan RTRKSP Dri DPRD Jakarta³ Gubernur AB mencabut kontra memori kasasi 	Desmber	<p>[Twitter] #KabarSembilan Kiara: masyarakat perlu kejelasan reklamasi teluk Jakarta: Koalisi Rakyat untuk Keadilan Perikanan... http://dlvr.it/NQCDZQ</p>	

¹ Dikutip dari <https://tirto.id/cara-koalisi-nelayan-melawan-pencabutan-moratorium-reklamasi-cx9v> [dikutip] pada tanggal 19/08/2018 pukul 09:12

² Dikutip dari <https://tirto.id/cara-koalisi-nelayan-melawan-pencabutan-moratorium-reklamasi-cx9v> [dikutip] pada tanggal 19/08/2018 pukul 08:34

³ Dikutip dari <https://news.detik.com/berita/3770578/anies-resmi-cabut-2-raperda-terkait-reklamasi> [dikutip] apada tanggal 19/08/2018 pukul 08:20

yang dikirim ke PTUN setelah mengetahui bahwa Kepgub Nomor 2485 tahun 2015 tentang Pemberian Izin Pelaksanaan Reklamasi Pulau K, banyak cacat administrasi.⁴

pic.twitter.com/BFOrNDI90a

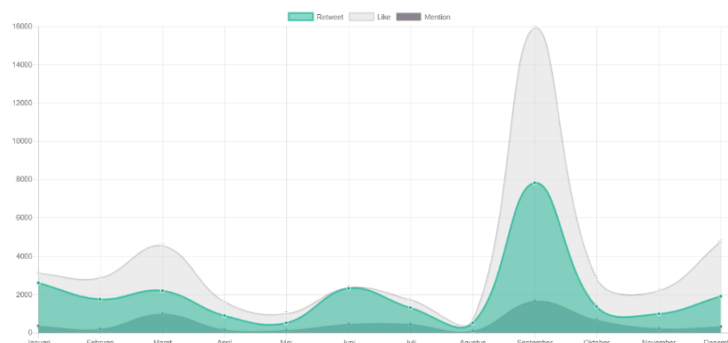
Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Gambar 3 dan penjelasan pada Tabel 4 dijelaskan bahwa tren percakapan reklamasi meningkat pada bulan Februari-April, hal ini dipengaruhi oleh keberhasilan KSTJ dalam memenangkan gugatan di PTUN soal pembatalan Reklamasi Pulau F, I, dan K, yang kemudian direspon positif oleh nelayan dengan melakukan aksi simbolis yakni “sujud syukur” atas dimenangkannya gugatan tersebut. Tren percakapan di media sosial di bulan April masih tinggi, hal ini terkait dengan upaya KSTJ kembali melayangkan gugatan kepada KIP. Adapun materi yang disengketakan adalah mengenai keterbukaan informasi dari Hasil Kajian Komite Gabungan Reklamasi Teluk Jakarta yang berisi kajian lingkungan, sosial, maupun hukuman. Salah satu aktor KSTJ mengungkapkan alasan gugatan tersebut diajukan, seperti dikutip di bawah ini:

“Informasi ini penting mengingat sebelumnya, Kemenkomaritim, Luhut Panjaitan menyatakan reklamasi Teluk Jakarta dapat dilanjutkan. Hal ini bertentangan dengan apa yang disampaikan oleh Kemenkomaritim sebelumnya, Rizal Ramli. Perbedaan pernyataan ini seharusnya juga dibarengi dengan kajian komprehensif yang dilakukan oleh menteri baru.”

KSTJ menganggap bahwa informasi mengenai pembangunan reklamasi harus menjadi dokumen publik sehingga publik dapat menilai bagaimana isi materi dari hasil kajian tersebut. Hasil kajian tersebut menyatakan bahwa reklamasi dilanjutkan pasca moratorium oleh RL selaku Kemenkomaritim sebelumnya, namun pada saat persidangan berakhir tuntutan KSTJ tidak diterima oleh KIP.

Pada tahun 2018, isu reklamasi terus menjadi polemik di media sosial meskipun dengan tingkat percakapan yang mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2017. Pada Januari-Agustus tren reklamasi menurun dan cenderung fluktuatif dan isu reklamasi kembali menguat pada bulan September 2018. Hal ini dipengaruhi oleh adanya kebijakan penghentian oleh Anies Baswedan untuk semua pulau yang belum dibangun. Kebijakan ini menimbulkan reaksi banyak aku. Tidak sedikit yang mengapresiasi langkah yang dilakukan oleh AB terkait penghentian ini, namun tidak sedikit juga yang meragukan akan konsistensi AB dan menyatakan bahwa kebijakan yang dikeluarkan hanya bersifat sementara dan terkesan untuk mencari “panggung”.



⁴ Dikutip dari <https://www.merdeka.com/jakarta/anies-cabut-kontra-memori-kasasi-reklamasi-pulau-k.html> [dikutip] pada tanggal 19/08/2018 pukul 09:06

Gambar 4. Tren Percakapan Reklamasi tahun 2018

Tabel 5. Isu Reklamasi dan Implikasi terhadap Repertoar Gerakan tahun 2018

Isu	Bulan	Respon <i>User</i>	Repertoar
<ul style="list-style-type: none"> Gubernur AB menarik raperda reklamasi teluk Jakarta yang sedang dibahas di DPRD Jakarta dan meminta HGB reklamasi di batalkan⁵ 	Januari	[Facebook] Anies Minta Kepala BPN Batalkan Sertifikat HGB 3 Pulau Reklamasi https://fb.me/HtUgupeT	KNTI Apresiasi Anies Atas Surat Pembatalan HGB di Pulau Reklamasi https://sin.do/Vw6
<ul style="list-style-type: none"> Pemprov DKI segel ratusan bangunan yang sudah ada di pulau reklamasi⁶ 	Juni	<p>[Twitter] mkhumaini Penuhi Janji, Anies Resmi Segel Bangunan Pulau Reklamasi D dan B</p> <p>Terima kasih Pak @aniesbaswedan</p> <p>[Twitter] @ruslanghopur Hehehe.. RT @kompascom : Setelah membaca Pergub Nomor 58 Tahun 2018 KSTJ melihat ada kemungkinan proyek reklamasi Pantai Utara Jakarta dilanjutkan Anies dan Sandiaga.</p>	"Koalisi Selamatkan Teluk Jakarta Kecam keras tindakan Gubernur Anies yang mengeluarkan PerGub Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 58 Tahun 2018, pengelolaan Reklamasi
Pemprov DKI teken pergub tentang Badan Pengelola Reklamasi			
<ul style="list-style-type: none"> Pemprov mengumumkan mencabut izin pembangunan 13 pulau reklamasi. 	September	Kali ini saya salut pak @aniesbaswedan berani stop reklamasi . Mantap pak 42301 87/anies-cabut-izin-pembangunan-pulau-reklamasi ...	

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Gambar 4 dan penjelasan Tabel 5 mengenai rentetan kebijakan yang dilakukan pemprov DKI pasca kontestasi pilkada usai, setidaknya ada tiga kejadian penting yang dilakukan oleh Pemprov DKI menyikapi reklamasi teluk Jakarta. Pertama, permohonan pembatalan sertifikat HGB (Hak Guna Bangunan) yang dinilai cacat administrasi dengan dasar rujukan hukum yakni

⁵ Dikutip dari <https://tirto.id/cara-koalisi-nelayan-melawan-pencabutan-moratorium-reklamasi-cx9v> [dikutip] pada tanggal 19/08/2018 pukul 08:34

⁶ Dikutip dari <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/12/25/08521161/kaleidoskop-2018-penanganan-pulau-reklamasi-dari-penghentian-penyegelan?page=all>

Permen Agraria, BPN, Nomor 9 Tahun 1999 terutama pada Pasal 103-104 yang mengatur tentang Pemberian dan Pembatalan Hak Atas Tanah dan Negara dan Hak Pengelolaan. Hasilnya, Badan Pertanahan Nasional (BPN) tidak dapat mengabulkan permohonan Pemprov DKI dengan alasan akan menimbulkan ketidakpastian hukum. Dalam menyikapi permohonan pembatalan HGB, KSTJ (Koalisi Selamatkan Teluk Jakarta) mengapresiasi langkah yang dilakukan oleh Pemprov DKI untuk membatalkan HGB. Kedua, Pemprov DKI melakukan segel terhadap bangunan yang sudah berdiri di atas pulau reklamasi D karena dianggap tidak mengantongi izin mendirikan bangunan dan melanggar sejumlah ketentuan perundang-undangan. Langkah ketiga yang dilakukan oleh Pemprov DKI adalah menghentikan 13 pulau reklamasi yang belum berjalan diantaranya adalah Pulau A, B, dan E (pemegang izin PT Kapuk Naga Indah); Pulau H (pemegang izin PT Taman Harapan Indah); Pulau I, J, K, dan L (pemegang izin PT Pembangunan Jaya Ancol); Pulau I (pemegang izin PT Jaladri Kartika Paksi); Pulau M dan L (pemegang izin PT Manggala Krida Yudha); Pulau O dan F (pemegang izin PT Jakarta Propertindo); Pulau P dan Q (pemegang izin PT KEK Marunda Jakarta). Sedangkan pulau C, D (pemegang izin PT Kapuk Naga Indah); G (PT Muara Wisesa Samudra); dan N (PT Pelindo II) izinnya tidak dicabut lantaran sudah terlanjur dibangun.

Dilihat dari tren percakapan reklamasi selama tahun 2017-2018, penulis melihat bahwa eskalasi isu reklamasi mendorong gerakan terjadinya gerakan sosial secara masif. Seperti yang terjadi pada tahun 2017 tingginya intensitas percakapan mengenai reklamasi mendorong aktor melakukan gerakan dimana terhitung ada lebih dari 5 gerakan nelayan melakukan gerakan dari audiensi, demonstrasi, dan penyebarluasan petisi. Berbeda dengan tahun 2018, terhitung hanya 1 dari bentuk gerakan yang dilakukan oleh aktor sepanjang tahun 2018.

Efektivitas Media Sosial: Memantik Kepekaan Sikap Publik dan Merubah Kebijakan

Keberhasilan sebuah gerakan dilihat dari pengaruhnya terhadap publik dan kebijakan. Pengaruhnya terhadap publik dapat dilihat dari munculnya sikap peka publik terhadap sebuah isu atau *sensitizing*. Kehadiran organisasi baik secara formal dan informal sangat penting dalam gerakan penolakan reklamasi. Peran organisasi dapat memfasilitasi segala kebutuhan dasar organisasi yang dapat menunjang aktivitas gerakan, seperti misalnya sumber dana, tempat berkumpul, pengaturan konsumsi, dan sebagainya. Adapun sumber dana utama yang didapat oleh nelayan adalah dihasilkan dari kantong masing-masing nelayan. Seorang sukarelawan berkeliling dari satu rumah ke rumah lain sambil membawa kardus untuk meminta iuran ke setiap nelayan dengan nominal yang tidak ditentukan dan bervariasi, sesuai dengan tingkat kemampuan finansial masing-masing keluarga. Mobilisasi massa dilakukan dengan menunjuk koordinator di setiap daerah. Peran koordinator adalah mengajak, menggalang masa, dan menyiapkan transportasi bagi partisipan gerakan untuk kemudian berkumpul di titik masa aksi berkumpul.

“...Oh ya, jadi ni kita seperti contoh berangkat aksi, satu mobil itu kalau nyewa 350 ribu satu mobil yah, ada berapa orang ni. Saya kalau untuk transportasi mungkin saya sumbang ni, mobil pribadi saya ada dua, nanti ni kurang berapa lagi mbolnya? Ya nanti urunan, satu orang 10 ribu buat nyewa. Mau mereka, karena apa? Akhirnya kan untuk kepentingan mereka bukan untuk kepentingan pribadi untuk kepentingan orang banyak, bahkan dulu sebelum ada yang masuk angin” itu nyari dana gampang. Sebelum ada embel-embel dari pulau G, saya itu pencari dana waktu segel pulau G, saya minta ke nelayan dikasih ada yang satu juta, dua juta untuk pulau G...”

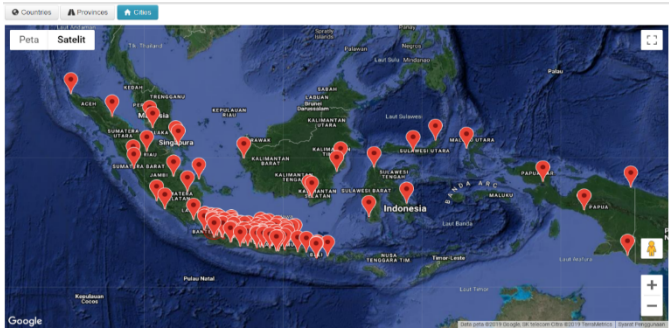
Pemimpin yang kompeten dan anggota yang dapat diandalkan menjadi aspek terpenting dalam gerakan. Profil pemimpin yang kompeten sangat diperlukan untuk mengatur dan meyakinkan publik mengenai kasus yang sedang berkembang. Salah satu aktor penting dalam penolakan reklamasi dari gerakan nelayan adalah DS yang mengaku bahwa dirinya dekat dengan

banyak tokoh/elite politik, para pengembang, dan pemangku kebijakan baik di level kecamatan sampai tingkat provinsi. Hal ini yang membuat AKAR memiliki banyak jaringan eksternal yang turut mendukung terealisasinya program dan gerakan AKAR.

Amplifikasi Isu Reklamasi

Organisasi memiliki kendali yang kuat dalam menentukan keberhasilan gerakan (Ardhian, Adiwibowo, dan Sri Wahyuni 2016; Hapsari et al. 2020; Purwandari and Kolopaking 2012). Di lain pihak, penggunaan media sosial bagi aktor berperan dalam mendorong keberhasilan gerakan terutama dalam penyebarluasan pesan atau amplifikasi. Amplifikasi merupakan terjadinya perluasan isu reklamasi bukan hanya terjadi di lokasi reklamasi dilakukan, melainkan meluas menjadi perhatian publik secara umum. Media sosial dengan fungsinya sebagai media untuk menghubungkan antar orang, berperan sangat dominan dalam menyebarkan isu, baik berupa gambar, seruan, video, meme, dan tulisan-tulisan. Twitter adalah salah satu platform yang sangat memudahkan akun ntuk saling terhubung satu sama lain, dengan desain platform yang sederhana, ditambah keberadaan tombol seperti, *retweet*, *replay*, *like*, dan *hashtag*, memudahkan pesan tersebarluaskan secara cepat.

Amplifikasi isu dalam konteks gerakan sosial disebut juga dengan istilah difusi. Johnston (2014) mengklasifikasikan difusi terbagi dua, *direct diffusion* (penyebarluasan secara langsung) dan *indirect diffusion* (penyebarluasan secara tidak langsung). *Direct diffusion* dilakukan melalui kontak langsung antar aktivis, sedangkan *indirect diffusion* adalah penyebarluasan melalui media berita *mainstream*. Meskipun demikian, kedua bentuk penyebarluasan ini dapat berlangsung secara bersamaan dalam sebuah gerakan (Johnston 2014).



Gambar 5 Sebaran Isu Reklamasi di Twitter

Berdasarkan Gambar 5 dapat dijelaskan bahwa difusi secara langsung yang dilakukan oleh aktivis melalui media Twitter. Hal ini terlihat dari jumlah cuitan, mention, retweet. Jakarta menduduki urutan pertama dengan tingkat difusi tertinggi sekitar 52,278 dari jumlah cuitan, mention, dan *retweet*, hal ini disebabkan oleh posisi Jakarta sebagai kota yang secara langsung terlibat dinamika gerakan penolakan reklamasi terjadi. Selain itu, kasus di Ibu Kota provinsi Jakarta sangat mudah menjadi pemberitaan Nasional (*Jakarta Sphere*). Selanjutnya difusi secara langsung di kota-kota lainnya dilihat dari jumlah cuitan, *mention*, dan *retweet*, seperti Bandung (72,65), Surabaya (43,66) dan Yogyakarta (42,87), Bekasi (39,59), dan Bogor (36,06).

Tabel 3 Urutan Media yang paling banyak membicarakan reklamasi

Username	Jumlah
Okezonenews	72
Kompascom	43
Republikaonline	38
OfficialiNewsTv	33

Sumber: Data primer diolah

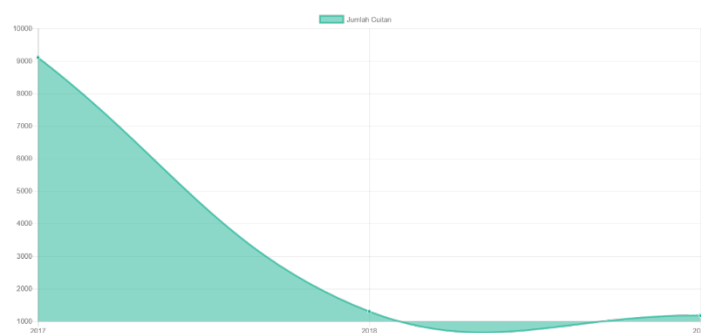
Peningkatan penyebaran isu reklamasi secara langsung, berimplikasi terhadap tingginya pemberitaan reklamasi di media *mainstream*. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3 yang menyajikan urutan media *mainstream* yang intens dalam memberitakan mengenai reklamasi, namun peningkatan penyebaran isu baik secara *direct* maupun *indirect* tidak serta merta meningkatkan keterlibatan publik dalam gerakan akar rumput. Rendahnya partisipasi aktor dalam gerakan secara langsung, menunjukkan media sosial hanya digunakan untuk penyebaran pesan saja, namun tidak diimbangi dengan keterlibatan aktor dalam gerakan akar rumput secara meluas.

Pencabutan Izin Reklamasi: Perspektif Peluang Politik dalam Gerakan

Gubernur ABW pada bulan September Tahun 2018 secara resmi mengumumkan kepada publik bahwa reklamasi dihentikan dengan dicabutnya izin prinsip pelaksanaan 13 pulau reklamasi. Dalam perspektif gerakan, apakah pencabutan izin reklamasi merupakan *outcome* dari gerakan nelayan? Salah satu tujuan gerakan nelayan adalah menghentikan reklamasi teluk Jakarta secara permanen. Aktor sadar bahwa tujuan tersebut, tidak mudah tercapai apabila mereka tidak melibatkan diri dari proses politik di DKI Jakarta. McAdam dan Snow (2010) mendefinisikan “peluang” sebagai kemungkinan konfigurasi kekuasaan bagi aktivis untuk melakukan perubahan kebijakan. Dalam kasus Pencabutan Izin Reklamasi, peran aktivis seperti KSTJ dan AKAR memiliki dominasi yang kuat untuk mempengaruhi perubahan kebijakan yang dilakukan oleh Pemprov DKI Jakarta. Pada saat Jakarta dipimpin oleh gubernur yang memiliki sikap melanjutkan reklamasi, mereka aktif melibatkan diri pada proses yang konsitusional, seperti melakukan demonstrasi, negosiasi pada saat rapat dengar pendapat dengan DPRD Jakarta, bahkan melakukan advokasi ke lembaga yudikatif pemerintah.

Momentum Pilkada DKI Jakarta 2016-2017 merupakan “peluang” lainnya bagi aktivis untuk terlibat baik secara langsung dalam proses politik. Hasil wawancara langsung dengan salah satu aktivis (MT) menceritakan bagaimana secara individu memiliki banyak jaringan baik dengan DPRD Jakarta dan mengaku ikut terlibat dalam kemenangan salah satu pasangan calon dalam kontestasi Pilkada Gubernur 2017-2018. Lebih lanjut, dia mampu memobilisasi nelayan untuk mendukung dan memenangkan paslon pilihannya dalam kontestasi tersebut.

Peran media sosial dalam mempengaruhi sisi ideasional dalam gerakan seperti emosi atau nilai dilakukan melalui proses *framing*. Posisi nelayan dan reklamasi dalam percakapan di Twitter sangat dominan terjadi pada tahun 2017, dan mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2018-2019.



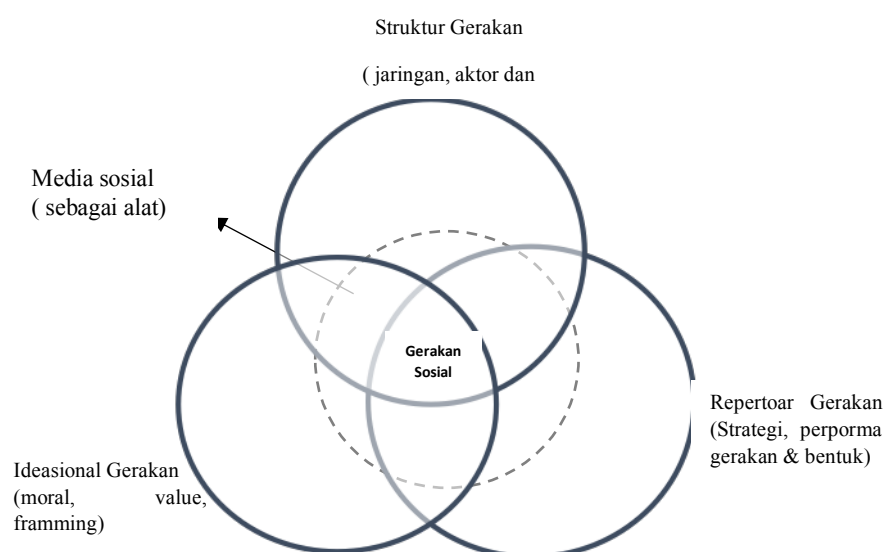
Gambar 6. Volume Percakapan Nelayan dan Reklamasi di Twitter

Berdasarkan Gambar 6, hasil pelacakan dengan menggunakan *keyword* “nelayan dan reklamasi” ditemukan sekitar 9000 cuitan. Hal ini menunjukkan bahwa publik memberikan perhatian yang khusus kepada nasib nelayan akibat reklamasi. Menurut Benford and Snow (2000), ada 3 basis intrepetatif yang harus diperhatikan pada proses *framing* dalam gerakan diantaranya adalah, individu (*opinion leader*) yang harus membentuk bingkai diagnosa persoalan yang sedang dihadapi, merancang upaya yang dilakukan (*prognosis*), dan alasan untuk bergerak bersama dalam isu yang ada (*motivational frame*). Media online seperti tempo.com memberitakan bagaimana

dampak nelayan dan pembangunan reklamasi akan memberi dampak baik secara sosial dan ekonomi pada nelayan terutama di Jakarta Utara. Penulis melihat bagaimana bentuk diagonis pada pemberitaan mengenai ketidaksetujuan nelayan terhadap reklamasi dan menyimpulkan bahwa media mencoba membangun persepsi kepada publik bahwa reklamasi hanya diuntungkan untuk mereka yang kuat secara modal dan menganggap bahwa nelayan akan terusir dari sumber pendapatan mereka dan tempat tinggal mereka, serta nelayan tidak akan menempati bangunan mewah yang akan dibangun apabila reklamasi dilanjutkan. Adapun bentuk prognosis, nelayan telah melakukan aksi penolakan, seperti parade tolak reklamasi, aksi jalanan dan melayangkan gugatan. Sebagai pesan kepada publik dan khususnya instansi terkait untuk menghentikan pembangunan reklamasi secara permanen, mereka menuntut untuk dicabutnya izin pembangunan reklamasi yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah, dan berharap pulau yang sudah terbangun diperuntukan untuk aktivitas nelayan. Pada proses motivasi, media membuat persepsi kepada publik akan masa depan lingkungan jakarta yang tidak menjamin berlangsung baik dan kerugian yang dirasakan oleh nelayan, seperti akses yang sulit ditempuh.

Interelasi Media Sosial dalam Gerakan

Penulis mempertimbangkan media sosial sebagai dimensi lain untuk melengkapi keterhubungan antara ruang struktur gerakan, terkait dengan pengkutuban aktor melalui pemetaan SNA, dari sisi ideasional berfungsi untuk membangkitkan kepekaan publik melalui proses *framing*, serta dari sisi repertoar gerakan, media berfungsi untuk perluasan pesan dan inovasi dalam pertunjukkan gerakan. Media sosial sebagai alat untuk memudahkan aktor dan partisipan untuk koordinasi, komunikasi, dan proses framing sehingga memudahkan aktor dalam gerakan sosial (Carroll and Hackett 2006; Chadwick and Dennis 2017; Kessler 2013; Mourtada and Salem 2011; Tan et al. 2013; Tremayne 2014). Selain sebagai alat bagi akto , media sosial juga berfungsi sebagai alat dalam penelitian dalam gerakan yang digunakan untuk para peneliti dalam melihat jaringan interaksi dalam media sosial (Lupton 2015). Pendapat (Castells & Cardoso 2003) juga serupa, yaitu media sosial dan gerakan aktivisme kontemporer saat ini difasilitasi menggunakan jaringan sosial digital. Ia memandang bentuk-bentuk jaringan yang lebih baru ini sebagai operasi untuk menimbulkan tantangan yang signifikan terhadap operasi kekuasaan yang mapan dengan membentuk ruang publik baru atau ruang jaringan yang terkonfigurasi antara ruang digital dan ruang realitas.



Gambar 7. Interelasi Media Sosial dalam Gerakan

Gambar 7 menjelaskan bagaimana media sosial menempati ruang tersendiri dari tiga dimensi lainnya dalam gerakan sosial. Relasi media sosial sebagai alat yang digunakan dalam penelitian dapat mendukung struktur gerakan, repertoar gerakan, dan ideasional gerakan. Artinya media sosial berperan efektif dalam mendukung ketiga dimensi dalam gerakan sosial. Peran penting Sosiolog dalam menempatkan media sosial sebagai alat penelitian, berguna dalam mengkontekstualisasikan “*nature digital data*” dengan kondisi masyarakat sesungguhnya, sehingga *big data* tidak hanya dimaknai sebagai kumpulan data tanpa melihat realitas. Pada saat yang sama, sebagai sosiolog digital reflektif (Lupton 2015) melihat media sosial sebagai instrumen yang sangat tumpul, sehingga peneliti dalam menggunakannya harus yakin pada validitas data yang gunakan.

KESIMPULAN

Gerakan penolakan reklamasi merupakan respon dari rencana perluasan daratan yang mencapai 5.100 ha di kawasan Pantai Utara Jakarta (Pantura). Hal tersebut bukan tanpa alasan, mengingat 98% responden nelayan mengatakan setuju bahwa reklamasi mengurangi pendapatan mereka dan 92% setuju bahwa reklamasi meningkatkan jumlah biaya melaut nelayan dan tidak sebanding dengan pendapatan nelayan yang justru berkurang selama pembangunan reklamasi dilakukan. Dapat disimpulkan bahwa gerakan nelayan terjadi karena melihat adanya upaya praktik-praktik yang mengancam keberlanjutan penghidupan (*livelihood*) nelayan melalui reklamasi.

Tren reklamasi di media sosial dari tahun 2017-2019 cenderung fluktuatif. Hal ini dilihat dari volume percakapan yang tidak pernah sepi dari perbincangan, meskipun kecenderungannya selalu menurun. Signifikansi percakapan memiliki pengaruh dalam proses *framing* yang mendorong terjadinya gerakan yang lebih massif di tingkat akar rumput, terutama pada tahun 2017. Sebaliknya, setiap peristiwa gerakan di akar rumput mempengaruhi tingkat intensitas percakapan mengenai reklamasi di media sosial. Adapun bentuk gerakan nelayan yang sering kali dilakukan adalah dengan melakukan audiensi ke DPR RI, DPRD, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat yang memiliki kewenangan dalam memberikan izin prinsip reklamasi, aksi demonstrasi, dan menyebarkan petisi penolakan reklamasi. Dalam kasus reklamasi, terjadi pengkubuan dalam media sosial maupun konteks gerakan akar rumput. Setidaknya ada tiga struktur aktor dalam gerakan, aktor protagonis merupakan representasi dari KSTJ dan AKAR dan aktor antagonis merupakan representasi dari Pemerintah Daerah, Pusat dan Pengembang, sedangkan *bystander* adalah publik secara luas. Hal juga dapat dilihat dengan pemetaan SNA, dimana masing-masing aktor membentuk jaringan sesuai dengan sikap yang ditunjukkan mengenai reklamasi.

Penggunaan media sosial melengkapi keterhubungan tiga dimensi dalam gerakan sosial. Kehadiran media sosial sebagai alat bagi aktivis dalam berkomunikasi dan koordinasi dianggap efektif dalam membantu keberhasilan dalam gerakan. Dimensi media sosial hanya bersifat fleksibel tidak mutlak, dengan kata lain ada atau tidaknya media sosial tidak menghambat proses gerakan yang sedang berlangsung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada DIKTI dan LPPM IPB yang telah menyediakan bantuan dana melalui skema PDUPT. Tulisan ini adalah salah satu hasil penelitian pertama (2018). Ucapan terima kasih juga kepada seluruh pihak, Pemprov DKI Jakarta, Dinas Kelautan dan Perikanan Jakarta Utara, Aktivis KSTJ dan AKAR yang telah membantu merampungkan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alikodra, Hadi S. 1996. "The Impacts of Land Reclamation of Jakarta Bay on Mangrove Ecosystem." *Media Konservasi* V(April):31–34.
- Ardhian, David, Soeryo Adiwibowo, and Ekawati Sri Wahyuni. 2016. "NGO's Roles and Strategies in the Environmental Politic Arena." *2016* 4(3).
- Benford, Robert D. and David A. Snow. 2000. "Framing Procrsses and Social Movements: An Overview and Assessment." *Annual Reviews* 26(2000):611–39.
- Carroll, William K. and Robert A. Hackett. 2006. "Democratic Media Activism through the Lens of Social Movement Theory." *Media, Culture and Society* 28(1):83–104.
- Chadwick, Andrew and James Dennis. 2017. "Social Media, Professional Media and Mobilisation in Contemporary Britain: Explaining the Strengths and Weaknesses of the Citizens' Movement 38 Degrees." *Political Studies* 65(1):42–60.
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKis.
- Garrett, R. Kelly. 2006. "Protest in an Information Society." *Information, Communication & Society* 9(2):202–24.
- Gustavo, Manuel Castells and Cardoso. 2005. "The Network Society From Knowledge to Policy." Pp. 53–60 in *The Network Society From Knowledge to Society*. Vol. 3, edited by Castells, Manuel and Cardoso, Gustavo. Washington, DC.
- Hapsari, Dwi Retno, Rilus A. Kinseng, Sarwiti Sarwoprasodjo, Asnika Putri Simanjuntak, Khairil Anam, Andri Sarifuddin, and Iin Sulistiyowati. 2020. "Fishermen Social Movements in West Sumatra: Issues, Actors, and Tactics of the Movement." *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan* 08(01):14–29.
- Harlow, Summer. 2012. "Social Media and Social Movements: Facebook and an Online Guatemalan Justice Movement That Moved Offline." *New Media & Society* 14(2):225–43.
- Henny Warsilah, Jan Sopaheluwakan, Wahyoe Hantoro, Alan Koropitan, Marco Kusumawijaya, Rameyo T Adi, Reiza Patters, Bosman Batubara, Tigor Hutapea, Marthin Hadiwinata, Arieska Kurnniawaty, Elisa Sutanudjaja, JJ Rizal. 2017. *Selamatkan Teluk Jakarta*. Jakarta.
- Imam Mahdi. 2013. "Reklamasi Teluk Jakarta Sebuah Prespektif Kekuasaan Dalam Ekonomi Politik." *JJurnal Transformasi Global* 4(1):39–44.
- Indonesia, Universitas. 2018. "Resiliensi Sosial Nelayan Kamal Muara Dalam Menghadapi Dampak Reklamasi Teluk Jakarta." 37–46.
- Johnston, Hank. 2014. *What Is a Social Movement*. Cambridge: Polity Press.
- Kade Galuh, I. Gusti Agung Ayu. 2016. "Media Sosial Sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13(1):73.
- Kessler, Edward. 2013. "Social Media and the Movement of Ideas." *European Judaism* 46(1):26–35.
- Kinseng, Rilus A., Amir Mahmud, Andan Hamdani, and Hilda Nurul Hidayati. 2019. "Challenges to the Sustainability of Small-Scale Fishers Livelihood in Banyuwangi Regency, East Java, Indonesia." *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 325(1).
- Klandermans, Bert. 2009. *Handbook of Social Movements Across Disciplines (Handbooks of Sociology and Social Research)*.
- Koropitan, F. Alan. 2019. "Reklamasi Atau Restorasi?" in *Reklamasi: Kebutuhan atau Keinginan? Memadukan Kepentingan Sosial Ekologi ditengah Peluang Investasi*.
- Lim, Merlyna. 2012. "Clicks, Cabs, and Coffee Houses: Social Media and Oppositional

- Movements in Egypt, 2004-2011.” *Journal of Communication* 62(2):231–48.
- Lupton, Deborah. 2015. *Digital Sociology*. New York: Routledge.
- McAdam, Doug and David A. Snow. 2010. *Readings on Social Movements: Origins, Dynamics and Outcomes*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press.
- Mourtada, R. and F. Salem. 2011. “Civil Movements: The Impact of Facebook and Twitter.” *Arab Social Media Report* 1(2):1–30.
- Purwandari, Heru and Lala M. Kolopaking. 2012. “Perlawanan Tersamar Organisasi Petani: Sinergi Antara Kepentingan Pembangunan Kepentingan Gerakan Sosial.” *Jurnal Sosiologi Pedesaan* 06(03):240–50.
- Ramadhan, Andrian, Maulana Firdaus, Rizky Aprilian Wijaya, and Irwan Muliawan. 2016. “Estimasi Kerugian Nelayan Dan Pembudidaya Ikan Akibat Reklamasi Di Teluk Jakarta.” *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 11(1):1.
- Sakaria, J. Anwar, M. Kolopaking Lala, A. Kinseng Rilus, and A. Kinseng Rilus. 2014. “The Impact of Market Penetration on Social Capital Changes at the Fishing Community in Small Island: A Case in Barrang Lompo Island Makassar City, South Sulawesi Province.” *International Journal of Sociology and Anthropology* 6(3):92–104.
- Sampono, Nono, Ari Purbayanto, John Haluan, Ahmad Fauzi, and Budy Wiryan. 2012. “Impact of Reclamation on Capture Fisheries in Jakarta Bay.” *Jurnal Perikanan Dan Kelautan* 2(2):105–12.
- Suraydewi IM, Edward & Sediadi A. 1998. “Masalah Reklamasi Teluk Jakarta Ditinjau Dari Aspek Psikologi Lingkungan.” *Lingkungan Dan Pembangunan* 18(2):145–63.
- Sutapa, Mada. 2002. “Implementasi Kebijakan Reklamasi Pantai Utara Jakarta.” Universitas Indonesia.
- Tan, Li, Suma Ponnamm, Patrick Gillham, Bob Edwards, and Erik Johnson. 2013. “Analyzing the Impact of Social Media on Social Movements: A Computational Study on Twitter and the Occupy Wall Street Movement.” *Proceedings of the 2013 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining, ASONAM 2013* (August):1259–66.
- Tremayne, Mark. 2014. “Anatomy of Protest in the Digital Era: A Network Analysis of Twitter and Occupy Wall Street.” *Social Movement Studies* 13(1):110–26.
- Youmans, William Lafi and Jillian C. York. 2012. “Social Media and the Activist Toolkit: User Agreements, Corporate Interests, and the Information Infrastructure of Modern Social Movements.” *Journal of Communication* 62(2):315–29.